

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABTRAKSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2. Ruang Lingkup Permasalahan .....	2
1.3. Tujuan Pembuatan Tugas Akhir .....	2
1.4. Sistematika Penulisan .....	3
BAB II. LANDASAN TEORI .....	5
2.1. Definisi Dan Fungsi Pemasaran .....	5
2.2. Pendekatan Studi Pemasaran .....	8
2.3. Struktur Organisasi Pemasaran .....	14
2.4. Pasar .....	15
2.5. Arti Dan Pentingnya Harga .....	17
2.6. Struktur Organisasi .....	24
BAB III. PERMASALAHAN .....	26
3.1. Perkembangan Perusahaan .....	26
3.2. Timbulnya Permasalahan .....	27
3.3. Batasan Permasalahan .....	31
BAB IV. ANALISA DAN PEMECAHAN MASALAH .....	32
4.1. Analisa Permasalahan .....	32
4.2. Pemecahan Masalah .....	34

4.3. Data Flow Diagram (DFD Diagram) .....	36
BAB V. PERANCANGAN SISTEM .....	42
5.1. Analisa Field-Field .....	42
5.2. Sistem Flow .....	46
5.3. Perancangan File-File Data Base .....	54
5.4. Entity Relationship Diagram .....	58
BAB VI. IMPLEMENTASI .....	59
6.1. Desain Input .....	59
6.2. Output Dari Sistem Informasi .....	69
6.3. Algoritma Program .....	70
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN .....	75
7.1. Kesimpulan .....	75
7.2. Saran .....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN .....	78